

# 2005年涂料行业经济运行情况分析

## Economic Analysis of Coatings Industry in 2005

●岳望坤 (中国涂料工业协会, 100011)

**摘要:**通过经济数据分析,2005年涂料行业整体经济运行良好,行业集约度提高。中国涂料名牌、3C认证、涂料企业扩张及技术创新对行业发展影响深远,但也存在盈利能力、安全环保的问题。提出了针对今后涂料行业发展的工作设想。

2005年是涂料行业纷繁多变的一年,它以不凡的成绩为“十五”画上了一个圆满的句号,也为今后的发展提出了新的启示。2005年,涂料行业所凸现的两个特点值得我们关注,所发生的四件大事值得我们庆贺;所呈现的几个现象值得我们深思;所存在的几个问题值得我们反思。

### 1 凸现的两个突出特点

#### 1.1 涂料行业各项主要经济指标又攀历史新高,市场进一步扩展,整体经济运行质量良好

十五期间是涂料行业发展最快的几年,而2005年涂料行业各项主要经济指标又攀历史新高。根据国家统计局统计的规模以上933家企业的数据,涂料总产量为382.57万t,同比增长10.42%(这个数据所对应的企业与过去是有差异的)。与去年国家统计局公布的298.11万t涂料总产量比较,增长幅度高达28.33%,一年产量净增长84.64万t。过去涂料行业从100万t跨越到200万t,用了10年时间;200万t发展到300万t,仅用了2年时间。而2005年一年时间产量增长直逼100万t,其发展速度之快是历史空前的,也是世界上绝无仅有的。

从销售收入看,2005年全行业达到734.74亿元(这是1653家企业数据),同比增长了21.84%,参照2004年国家统计局公布1241家企业产品销售收入540亿元,增长幅度为

36.06%;总产值1653家的数据为753.17亿元,同比增长20.61%;利润总额为44.31亿元,同比增长19.05%;出口交货值93.46亿元,同比增长15.00%。而相关的费用增长幅度,如:销售费用、管理费用、财务费用分别增长了17.50%、8.10%和-7.77%,均大大低于产值及销售收入的增长幅度。说明在市场不断扩大的情况下,行业整体经济运行质量良好。(相关指标详见表1)

#### 1.2 涂料行业集约度进一步提高,市场不仅向大企业集中,也向大的生产基地集中,形成了强者更强的局面

从大企业情况看,2000年销售收入超过亿元的企业不足50家,2004年不足100家,而2005年1653家企业中销售收入超过亿元的企业就有141家。2005年141家超亿元企业销售收入总量为413.30亿元,集约度为56.25%,同比增长25.65%(参见表1)。若按2004国家统计局公布的数据,销售收入超过亿元的企业为97家,销售收入总量为301.40亿元,2005年亿元企业销售收入总量比2004年增长了37.13%。

从销售收入前几位企业的几项指标看,前10位企业的产品销售收入合计为79.73亿元,占全行业的10.85%,比去年同期增长15.72%;利润总额为7.75亿元,占全行业的17.49%,比去年同期增长37.84%。前20位的产品销售收入为163.06亿元,占全行业的22.19%,比去年同期增长17.97%;利润总额为16.17亿元,占全行业的36.49%,比去年同期增长22.52%(详见表2)。可以看出,不论是前10家还是前20家产品的利润率都远远高于行业的平均水平,利润也在向大企业集中。

从全国行政区域分布看,地区生产总量超过10万t/年以上的省级地区,其产量平均增长速度高于全国平均增长速度的有河北(增长19.26%)、浙江(增长14.74%)、山东(增

表1 2005年涂料行业经济指标完成情况

单位:千元

经济指标	年份及 同比增长	全行业	2亿元以上	1~2亿元	0.5~1亿元	5千万元以下
		(1653家)	(67家)	(74家)	(147家)	(1365家)
产品销售收入	2005年	73474328	30874706	10454817	10239047	21905758
	2004年	60304869	24747317	8146268	8736631	18674653
	同比(±%)	21.84	24.76	28.34	17.20	17.30
现价总产值	2005年	75316551	31309510	10448675	10779178	22779188
	2004年	62446873	24968175	8540566	9043996	19894136
	同比(±%)	20.61	25.40	22.34	19.19	14.50
利润总额	2005年	4430944	2615341	575955	512881	726767
	2004年	3721779	2229745	427102	440410	624522
	同比(±%)	19.05	17.29	34.85	16.46	16.37
应交增值税	2005年	2167986	935981	343201	282319	606485
	2004年	1799736	775473	248635	239417	536211
	同比(±%)	20.46	20.70	38.03	17.92	13.11
产品销售成本	2005年	59668272	23515075	8808176	8642422	18702599
	2004年	48146854	18362204	6659960	7339711	15784979
	同比(±%)	23.93	28.06	32.26	17.75	18.48
产品销售费用	2005年	4763210	2981382	528611	435548	817669
	2004年	4053912	2409320	491047	385328	768217
	同比(±%)	17.50	23.74	7.65	13.03	6.44
管理费用	2005年	4175534	1844903	535062	491910	1303659
	2004年	3862706	1725455	464647	467697	1204907
	同比(±%)	8.10	6.92	15.15	5.18	8.20
财务费用	2005年	374459	120426	33846	66551	153636
	2004年	405991	124181	82507	58808	140495
	同比(±%)	-7.77	-3.02	-58.98	13.17	9.35

表2 涂料行业利润率对比表

单位:千元

	产品销售收入			利润总额			利润率/%	
	2005年累计	2004年同期	同比(±%)	2005年累计	2004年同期	同比(±%)	2005年累计	2004年同期
前10位	7972806	6889590	15.72	774765	562078	37.84	9.72	8.16
前20位	16305532	13822191	17.97	1616840	1319697	22.52	9.92	9.55
全行业	73474328	60304869	21.84	4430944	3721779	19.05	6.03	6.17

长29.62%)、广东(增长12.68%)。其它几个生产大省,其发展势头也不错,如:北京(增长7.06%)、上海(增长8.97%)虽然部分涂料生产小省增长幅度较大,但总量太少,其影响尚小,所以,其涂料行业高速发展的区域仍集中在几个大的省份(见表3)。

从三大涂料生产基地的情况看,产量增长速度快的是渤海三角,增长幅度为17.40%;其次是长三角,增长幅度为12.68%。这两个区域产量的增长速度远远高于全国涂料产量的平均增长速度。而从其它几项指标看,长三角的运行质量最好,其利润增长幅度高达31.39%。除三大涂料生产基地以外的其它地区个别指标增长幅度虽然也较快,但占全

国的比重却较小,产量占全国的比重为16.22%,销售收入占全国的比重为13.41%,工业总产值占全国的13.61%,而利润总额占全国的比重仅为10.01%。从表3的整体数据分析,我们不难看出,三大涂料生产基地不仅是生产的集中地,更是行业经济运行质量较好的地区。(各项指标见表4)

总体看来,产业的集约度进一步提高,不论是市场还是利润都向大企业、大的生产基地集中,强者更强的局面已经形成,这为行业的进一步整合打下了基础。

## 2 行业发生的四件大事,对行业发展产生了深远影响

表3 2005年涂料行业分地区产量分布表

地区	涂料/万t			其中:油漆/万t			其中:建筑涂料/万t		
	2005年	2004年	同比±	2005年	2004年	同比±	2005年	2004年	同比±
全国	382.57	346.46	10.42	249.05	217.70	14.4	133.52	128.76	3.7
北京	19.48	18.20	7.06	4.33	4.36	-0.7	15.15	13.84	9.5
天津	7.92	8.46	-6.40	6.62	7.33	-9.7	1.3	1.13	15
河北	21.39	17.93	19.26	10.41	7.90	31.8	10.98	10.04	9.4
山西	3.5	3.78	-7.40	1.7	1.37	24.1	1.8	2.41	-25.3
内蒙古	0.42	0.31	35.50	0.42	0.31	35.5	0	0	0
辽宁	4.68	3.53	32.56	3.51	2.77	26.7	1.17	0.76	53.9
吉林	1.72	1.07	60.76	1	0.97	3.1	1	0	620
黑龙江	0.37	0.41	-9.73	0.33	0.36	-8.3	0.04	0.05	-20
上海	59.91	54.98	8.97	32.39	28.82	12.4	27.52	26.16	5.2
江苏	50.83	51.00	-0.33	37.49	32.26	16.2	13.34	18.74	-28.8
浙江	25.82	22.50	14.74	21.18	18.51	14.4	4.64	3.99	16.3
安徽	3.74	3.46	8.11	3.36	3.10	8.4	0.38	0.36	5.6
福建	5.43	4.08	33.07	4.49	3.15	42.5	0.94	0.93	1.1
江西	0.32	0.24	33.35	0.25	0.19	31.6	0.07	0.05	40
山东	32.07	24.74	29.62	28.11	22.65	24.1	3.96	2.09	89.5
河南	10.03	8.55	17.29	6.62	7.53	-12.1	3.41	1.02	234.3
湖北	5.8	5.39	7.65	3.96	4.08	-2.9	1.84	1.31	40.5
湖南	10.59	12.40	-14.60	5.69	5.90	-3.6	4.9	6.50	-24.6
广东	98.4	87.33	12.68	61.98	51.87	19.5	36.42	35.46	2.7
广西	2.1	1.77	18.63	1.37	1.18	16.1	0.73	0.59	23.7
海南	0.38	0.55	-30.90	0.38	0.55	-30.9	0	0	0
重庆	7.48	6.67	12.17	3.89	3.86	0.8	3.59	2.81	27.8
四川	2.24	1.84	21.73	2.1	1.71	22.8	0.14	0.13	7.7
贵州	0.33	0.30	10.00	0.33	0.30	10	0	0	0
云南	0.95	0.92	3.22	0.71	0.74	-4.1	0.24	0.18	33.3
西藏	0.01	0.01	0.00	0	0	0	0	0	0
陕西	3.57	3.41	4.67	3.55	3.39	4.7	0.02	0.02	0
甘肃	1.01	0.97	4.10	1.01	0.97	4.1	0	0	0
青海	0	0.00	0.00	0	0	0	0	0	0
宁夏	0.05	0.06	-16.70	0	0	-16.7	0	0	0
新疆	2.03	1.62	25.28	1.82	1.51	20.5	0.21	0.11	90.9

2005年中国涂料行业出现了不少有影响的大事件,其中四件对行业今后的发展具有深远的影响。

## 2.1 中国涂料首次进入“中国名牌”产品行列

2005年中国涂料首次进入“中国名牌”产品行列,这是一个历史性的突破。反映了中国涂料行业综合实力的飞跃。继1997年天津灯塔第一家中国驰名商标的出现,2002年上海汇丽第二家荣获中国驰名商标称号,现在又有深圳彩虹荣获中国驰名商标称号。同时,2005年中国涂料已形成了一大批具有一定影响力的全国性和地区性的强势品牌,几十

家企业进入省级名牌行列、十几家企业获得了国家免检产品资格。这从一个侧面反映了中国涂料行业综合实力上的一个变化,也说明了企业对品牌战略认识上和实践上的一个飞跃,也从一个侧面反映了市场不断向具有竞争实力的企业集中。这必将为行业整体竞争力的提高产生积极的意义。

## 2.2 政府加强了对涂料市场的监管

政府加强了对涂料市场秩序的整顿,加大了对市场的监管力度。这对涂料行业进一步的成熟和有序地发展起到

表4 三大涂料生产基地经济指标

		全国	珠江三角洲	长江三角洲	渤海三角洲	其它地区
产量/万t	2005年	382.57	136.56	98.4	85.54	62.07
	比重(%)	100	35.70	25.72	22.36	16.22
	2004年	346.48	128.48	87.33	72.86	57.81
	同比(±%)	10.42	6.29	12.68	17.40	7.37
产品销售 收入/万元	2005年	7347433	3069173	2085600	1207763	984960
	比重(%)	100	41.77	28.39	16.44	13.41
	2004年	6030487	2533223	1677683	1058199	761983
	同比(±%)	21.84	21.16	24.36	14.13	29.26
利润总额/ 万元	2005年	443094	189540	130391	78833	44332
	比重(%)	100	42.73	29.43	17.79	10.01
	2004年	372178	163487	99238	69745	39711
	同比(±%)	19.05	15.94	31.39	13.03	11.64
现价工业总 产值/万元	2005年	7565834	3158549	2086660	1290826	1029799
	比重(%)	100	41.75	27.58	17.06	13.61
	2004年	6279410	2653956	1713988	1083938	827530
	同比(±%)	20.49	19.01	21.74	19.09	24.44

了极大的推动作用。自2004年5月起至2005年7月底,500多家溶剂型木器涂料生产企业取得了3C认证证书。同时,在全国范围内的化学危险品认证,安全许可证的认证工作也在逐步推进。国家对落后生产力产品的淘汰,对具有发展前景的生产工艺、产品的推广政策法规的相继出台,都有力地推动着行业向科学有序的方向发展。这一系列的动作,从政策法规的高度,组织机制的层面,为行业今后的发展营造了一个非常有利的政策环境,其意义重大。

### 2.3 企业扩张步伐加快,为行业的进一步整合造就了一个很好的氛围

近几年来,在诸多因素的影响下,特别是原材料持续高价位运行,加速了行业的整合步伐。不少企业被迫停产倒闭。而另一方面,行业并购扩张活动频繁,如阿克苏收购上海IP、天津关西和上海关西重组为中远关西、攀钢整合渝钛、洛克伍德控股常熟铁红公司等等。2005年元月9日,湖南湘江集团全额并购郑州双塔集团,成为涂料行业最大的一次并购活动,在行业内引起了很大的影响。同时,美涂士集团频频活动,以并购、合作、参股、强强联合、资产重组等,多种形式成立了11家全资公司和8家合资或控股公司如此等等,行业的并购活动空前活跃。

在品牌整合、资产重组、强强联合、资产扩张等形式的推动下,大企业的自我扩张步伐也大大加速,如华润、嘉宝莉、力诺双虎、立邦、三棵树、大象集团等一大批企业,扩张速度之快也十分引人注目。

### 2.4 涂料技术的全面升级,创新体系建立已初成气候

在反映涂料技术全面升级上,有两个突出的例子:一个是“神六”升空,所用的涂料全部为国内生产产品,福建三江涂料公司第一次将5块涂料样品带入神州6号载人飞船,进行实验。另一个就是分子蒸馏技术和薄膜蒸发处理游离TDI技术已在国内成熟,如上海华生、华润涂料公司,分别投入大量资金开发蒸馏技术制备低游离TDI含量的固化剂投入生产,并于今年全部完成了部级鉴定工作。

在创新体系方面,全国建立国家级、省级涂料工程技术中心已达到数十个,建立博士后工作站的企业在不断增长。同时,企业的研发中心遍地开花,产学研结合的研发体系也取得进展。不少企业承担了国家级的攻关项目并取得很好的成效。涂料行业新产品所占的比重在不断提高,如今年新产品的产值达到30.32亿元,比去年同期增长了48.76%。这一系列的变化,反映了涂料行业创新体系的全面提高,反映了涂料行业在技术全面升级上取得了初步成效。

### 3 呈现的几个现象

最近我去访问了不少的企业,和不少的企业领导进行了交流,也看了一些市场,参观了几个涂料及建材的展会,感触很大,其市场发展中的几个变化很值得研究。

1. 涂料市场终端,特别是建筑装饰涂料的市场终端有向工厂化发展的趋势。如水泥制品、石棉制品、玻璃制品、地坪(包括木质和水泥制品)、石膏板、门窗、石材以及所有的装饰性建材,都已工厂化,都已在工厂将装饰面成型。涂

料已不必在施工现场进行施工。这就是说涂料的终端已不是千家万户、不是建材市场、也不是专卖店。涂料市场终端向工厂转移,那么涂料产品的相关指标,特别是涂装的工厂化,你如何去适应、去调整、去开发这一新的市场值得研究和探讨。

2. 产品日益向边缘化方向发展,市场也日趋向边缘化方向发展。新的技术、新的工艺层出不穷。真正意义上的涂料生产受到了挑战。现在,不少的建材厂,已包括了涂料的生产和涂装。完完全全靠生产涂料生存的企业,面临着市场边缘化的冲击。随着发展,小资本进入涂料市场的可能性在减少。是喜?是忧?谁能说清?

3. 产品与艺术的联姻,科学与美学的结盟已成趋势。涂料产品的价值体现,已不仅是一般意义上的保护功能和附加功能,更多的是注入了美学元素。卖产品、卖服务,已向卖装饰效果,装饰风格,装饰品位方向延伸。以满足真正意义上的多样化、人文化、个性化的需求。其工业涂料也不例外,如汽车、家电、机电产品的装饰也变化很快,清一色的青、灰、蓝、红的色彩,已向五彩缤纷的方向发展。

4. 施工工艺、施工器具的创新,比以往任何时候都显得重要,并成为一个重要的领域(包括工业涂料的施工工艺和生产体系更新换代的频繁之快,也是以往无法比拟的)。我看了不少企业的展示厅、样板室、应用实验室。如:紫荆花的漆艺坊,翰高兄弟的涂料艺术研究室,立邦的工艺走廊,SKK的样板展示手册,工艺伟达的装饰房,日本、欧洲的一些企业的展示厅等,很多都是在施工工艺、施工器具、施工设施上的变革。

#### 4 存在的几个问题

涂料行业的问题很多,有些问题还十分突出,这里仅谈两个方面的问题。

(1) 行业的盈利能力问题。虽然涂料行业在技术创新、工艺变革、营销革命等方面取得了很大的进步和突破,但涂料行业同质化竞争问题还是十分普遍和严重,产品的同质化、技术的同质化、营销模式同质化、竞争手段的同质化等等,使企业的利润空间愈来愈小。在原材料持续攀升等因素的遏制下,价格战打不下去了,概念炒作也搞不下去了,没有什么新东西了,企业竞争陷于了无法、无策、无求、无奈的状况。

涂料行业盈利能力的下降非常明显。2005年涂料行业平均利润率仅为6.03%,这已不足以支撑行业今后持续健康的发展。从前面的一些数据,我们还看到涂料行业整体利润增长的速度,普遍低于产品销售收入及产值的增长速度。从亏损企业的情况看,230家亏损企业的亏损额为4.55亿元,比去年同期还上升了8.33%,除了大企业的利润空间还不错外,不少企业已没有什么利润可言,更有不少企业倒闭、停产或濒于破产。

(2) 安全环保问题。涂料行业的安全问题实际上是十分突出的。企业在安全防范上,无论是硬件设施,还是软环境建设,都与国际大公司有很大的差距。这次推行安全许可证的过程中,为数众多的企业达不到安全防火要求,当然有很多历史原因,一是没标准可循,二是欠账太多。在危险化学品管理条例的实施过程中,我们也不难看出,企业在这方面的安全配置十分薄弱,企业为了正常运行,不得不借用一些社会资源,如:运输安全方面;不得不放弃一些市场;不得不另开炉灶,重建新厂,如此等等。虽然在安全上面涂料行业的重大事故不是很突出,但小的事故、灾害还是时有发生。

在环境保护问题上,虽然近几年来,行业在限制室内装饰材料中有害有害物质出台了一系列标准,以提高涂料产品的环保指标,并加强了市场的监控力度,取得了显著的成效。在推行的环保产品认证,环保体系认证过程中,对行业的环保意识的提高,产品环保质量的提高,企业环保措施的落实,起到了积极的作用。但是,传统的高VOC的涂料仍占据着主要市场,其总量不少于100万t。其VOC一般高于550g/L,与发达国家现在要求的420~450g/L的差距还很大。另外,环境污染问题还停留在头痛医头,脚痛医脚,官不管民不动的层面。在颜料行业,国外已逐步将有严重污染的产品生产向第三世界国家转移。而我国有高污染源产品,如:无机颜料等,还在大力发展,且发展速度很快。很多有效的高科技环保技术、工艺、设施,我们还是一片空白。我国的很多产品由于环保问题,被国外的环保门槛拦在门外,这些问题不解决,我们如何谈科学健康、和谐发展?我们如何才能进入世界市场?归根结底还是技术创新能力太薄弱。我们最近遇到的船舶涂料的DDT问题,我们落后先进国家多少年?别人早都不用了,我们才刚刚起步,找对策、搞攻关。

随着人们对环保意识的增强,随着社会对安全生产问题愈来愈关注,随着我国与国际全面接轨,随着我国市场愈来愈国际化,政府对安全环保方面的要求将愈来愈高,企业在这方面投入的资金将愈来愈高。如果考虑环保安全的成本问题,涂料行业的盈利空间将会进一步缩小。在环保安全问题上,我们要早准备、早动手,不论从技术层面上,还是管理层面上,还是成本投入上,都要有防患于未来的准备和行动。

通过以上情况的分析,我们一方面看到了涂料行业高速发展,整体实力有所增强的好势头。同时,也看到了涂料行业面临的诸多问题。特别是技术创新问题和行业整体盈利能力下降的问题。这不能不引起我们的高度重视。如何进一步提高行业的整体竞争能力和提高行业整体盈利能力,将是今后企业面临的一项重要任务。

#### 5 行业发展设想

(下转第7页)

**DSM先达会从哪些方面来体现?**

**Tanke:** DSM对DSM先达的发展非常有信心。这种信心最好的体现方式就是在不断增加对DSM先达的投入,目前正按照计划一步步地进行。工厂原有的两条生产装置已按DSM的要求开始进行改造。紧接着会在未来2年内完成对第三条生产线的建设。此后DSM还计划投资完成第四条生产线的建设,到那时DSM先达的产能将会是现在的3~4倍,从而完全可以满足DSM在中国及亚洲市场的不断发展的需求。

同时投入的还体现在对DSM先达的销售力量的增强,扩大销售队伍和技术服务队伍,增加相关人员技术和销售知识的系统培训,尤其是在金属涂料用树脂方面的应用技术。从销售的区域上来说,会加大在中国的东部和北部地区的销售力度,增加东南亚地区的出口,扩大海外市场。

**胡:**在国内涂料树脂行业中,原先达是一家经营理念领先,市场发展态势良好的企业,在这样的情况下,为何华润集团会出售?

**叶汉慈(以下简称叶):**在原先达的发展过程中,我们一直在考虑原先达发展同华润集团发展之间的关系。华润虽然是一个大型集团,但是发展的重点和方向还是在涂料,尤其是建筑涂料、家具涂料及近年来发展迅速的家装涂料上。原先达随着发展在国内的涂料树脂行业的影响越来越大,需要得到更多技术上的支撑。为了让华润集中精力、人力

和财力在主营业务上,也为了让原先达得到更好的发展。经过再三权衡之后,才决定出售原先达。

**胡:** DSM收购先达已经有近6个月了,您如何评价新的DSM先达以及双方的整合工作的情况?

**叶:**双方是本着“沟通,理解,信任,合作”的原则来开展整合工作的,整个过程基本顺利。原先达的员工已经开始习惯和适应DSM公司的要求和标准,整个整合过程正在不断推进。现在比较主要的问题是两国文化之间的融合问题,还需要一定的时间来完成。

**胡:** 您认为先达被DSM收购对于国内涂料树脂行业会有怎样的启示和影响?

**叶:** 这次收购是国内涂料树脂行业最大的一个收购案例。这次成功的转让对行业的影响力比较深远,主要在于:高起点、高规格的发展是国内企业需要走的发展道路,只有这样才能更快更好地同国际接轨;同时DSM先达这样的企业建立,意味着国内将会出现更加本土化的外企,势必给国内的涂料树脂生产企业产生更大的竞争压力。

**胡:** 作为您一手创立的企业现在已更名为DSM先达,未来您将会怎样继续关心和帮助它呢?

**叶:**对于先达我是很有感情的。今年之内我是DSM先达的顾问,虽然不直接参与先达的具体事务了,但还会协助DSM先达制定相关的发展策略和计划。我相信这个“孩子”一定能够健康地成长。

(上接第5页)

2006年初召开的全国科技大会,为涂料行业全面解决重大突出问题指明了方向。温家宝总理在科技大会上指出:“为达到十六大提出的‘要在本世纪头20年,集中力量建设惠及十几亿人口的更高水平的小康社会。实现这一宏伟目标靠什么?最根本是依靠两大动力,一要靠坚定不移地推进改革开放,二要靠科技进步和创新的有力支撑’。‘以解决我国经济社会发展面临许多突出问题,经济结构不合理,质量和效益不高,特别是能源资源和环境的制约日益严重的问题。实现经济社会全面协调可持续发展。’”

涂料行业从长远发展来说,就是要以贯彻全国科技大会精神,坚持可持续发展的科学发展观,以实施人才战略为基础,实施名牌战略为引擎,加速行业整合步伐,促进企业做大做强,使之形成涂料行业专业化大集团。加速技术创新步伐,建立集生产、科研、服务为一体的研发体系和建立健全行业技术创新体系,以提高行业整体竞争能力。

从近期发展看,其重点就是:“以技术创新为动力,以人才培养为基础,改变同质化竞争局面,全面提高企业盈利能力”。因此,协会将今年的工作重点放在以下几个方面:

1. 按涂料工业“十一五”期间的发展规律,提升行业整体的技术水平,相应提出设立中国涂料工业重大科学技术

进步奖。并促进企业完善的技术创新体系的形成。通过技术创新带动技术进步,支撑行业持续健康科学和谐发展。

2. 以提高行业整体素质为重点工作之一,建立以技能培训为主线的教育培训体系,同时构架全国性的培训网络,提高行业从业人员的技术素质和综合素质。

3. 架构不同的交流平台,加强企业之间的交流,扶植名牌企业的发展。一方面开展不同形式的战略论坛,技术交流等活动。另一方面加强与国际间的交流,通过走出去,请进来的方式,学习国际涂料大公司的先进管理经验,引进新技术、新设备、新工艺、新产品,提升我国涂料的科技水平。同时通过牵线搭桥,加强企业间的兼并、重组、合作的沟通工作。

4. 制定行业规范为主线的相关行业规范,如环保升级规范、行业管理规范以及相关制度、标准等,以引导企业各项技术水平、环保水平、管理水平向更高层次发展,同时以规范市场行为,行业行为和企业行为,造就良好的市场竞争环境,减少市场交易成本。

5. 为适应行业发展,协会将在今后一段时间,就行业共同关注的议题,如:差异化竞争的问题,各地区发展模式问题,各类企业的发展模式问题,区域市场走向问题,进行专题研究和探讨。以寻求涂料行业新的市场和出路。